

# FORMAS CULTURAIS E PERCEPÇÃO SOCIAL DOS FREQUENTADORES DE FEIRAS DE ARTE E ALIMENTAÇÃO DE GOIÂNIA

AMARAL, Ernesto Friedrich de Lima  
Prof. Dr. RABELO, Francisco Chagas Evangelista (UFG)

A pesquisa Formas Culturais e Percepção Social dos frequentadores de feiras de arte e alimentação de Goiânia trabalhou com questionários e entrevistas de profundidade.

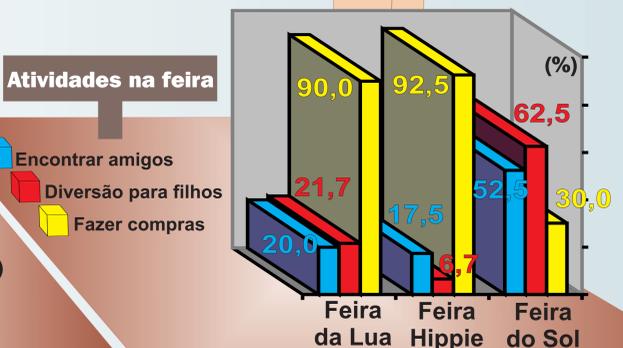
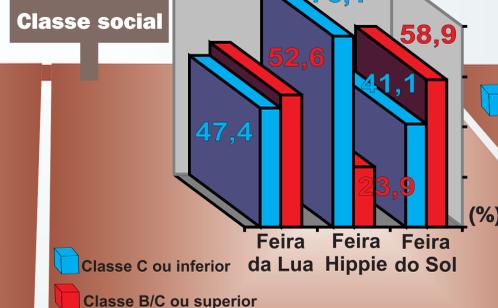
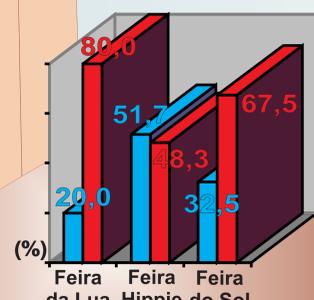
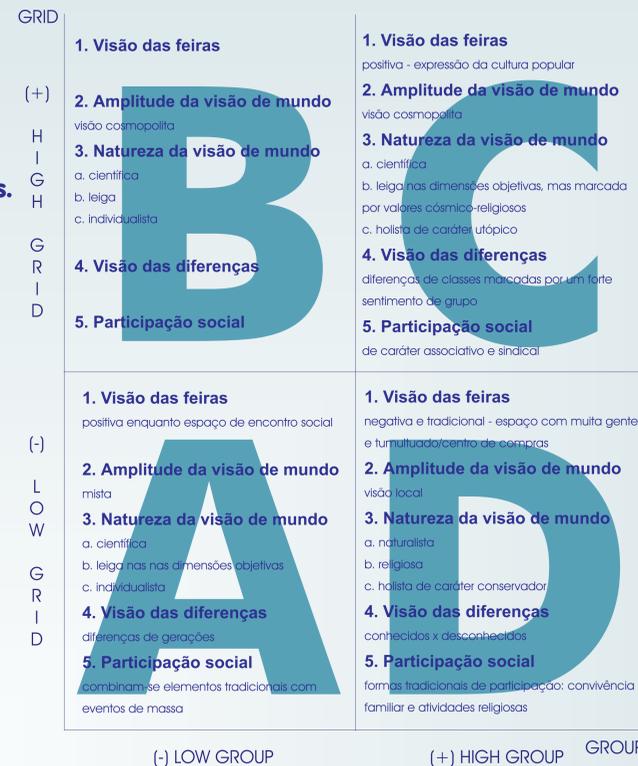
Os gráficos de colunas indicam os resultados obtidos com os questionários.

O gráfico ao lado sintetiza as características principais de cada quadro do diagrama grid/group, quanto a essa pesquisa em específico.

Esse diagrama, elaborado pela antropóloga Mary Douglas, é uma tentativa de classificar os sistemas de crenças, fugindo dos esquemas dicotômicos.

O ponto de partida é que as crenças sociais apresentam formas diversificadas em uma cultura particular, mas dentro de padrões previamente estabelecidos, colocando, para o analista, a necessidade de elaboração de esquemas restritos, sistemas de classificação, que viessem a dar conta da sua diversidade.

## DIAGRAMA GRID / GROUP



## Introdução

As grandes cidades contemporâneas têm sido cada vez mais estudadas pela Sociologia e Antropologia, devido à grande variedade de formas de sociabilidade que ocorrem nesses locais. Assim sendo, os espaços centrais das metrópoles são utilizados de diferentes formas, devido a grande quantidade de pessoas que passam por essas áreas, tais como centros comerciais, locais de lazer, estações de metrô, terminais de ônibus. Isto significa uma diversidade de formas de ocupações desses espaços, os quais se tomam campos ricos para análise sociológica.

Essas várias formas de utilização desses espaços, assim como o enorme número de pessoas que os frequentam, fazem com que os centros urbanos, orientados ou planejados para um determinado fim, sejam percebidos, ressignificados e apropriados de diferentes maneiras. É neste contexto que ocorrerão as mais variadas relações sociais entre os habitantes da metrópole. Dessa forma, o trabalho do sociólogo e do antropólogo será o de captar e analisar os padrões que tais relações sociais tomam, ou seja, as várias formas de sociabilidade.

Dentro desse ambiente de pluralidade de modos de utilização dos espaços públicos na metrópole, as Feiras de Arte e Alimentação despertam um interesse inusitado pelo seu estudo. Estes locais de convívio se inserem muito bem nesta gama de relações sociais. Na cidade de Goiânia, as principais Feiras de Arte e Alimentação possuem um público frequentador bastante distinto entre si e as formas como elas são organizadas, utilizadas e percebidas são muito diferentes. Portanto, este passa a ser um local de muita importância para a Sociologia da Cultura, já que diferentes grupos e segmentos sociais, existentes numa mesma metrópole, estão presentes nestas feiras, relacionando-se das mais variadas maneiras.

Assim sendo, as Feiras de Arte e Alimentação, ao se constituírem em locais de compra, alimentação, lazer, encontro, namoro..., possibilitam uma rica fonte de conhecimento para os estudiosos dos espaços urbanos e da sociabilidade.

## Metodologia

Ao decidirmos estudar as variadas formas de sociabilidade, que se gestam nas Feiras de Arte e Alimentação (Feira Hippie, Feira da Lua e Feira do Sol), preocupamo-nos primeiramente em compreendê-las no processo de emergência de uma "sociedade civil mundial", tal como coloca Ortiz em seu livro *Mundialização e cultura* (1994). Além disso, a dissertação *Os shopping-centers de São Paulo e as formas de sociabilidade no contexto urbano* de Heitor Frúgoli Jr. (1989), proporcionou uma enorme contribuição teórico-metodológica para a pesquisa.

A pesquisa foi desenvolvida em três fases: observação de campo, aplicação de questionários simples e entrevistas de profundidade.

A **OBSERVAÇÃO DE CAMPO** consistiu em visitas às três Feiras de Arte e Alimentação. Esse processo de observação de campo nos serviu para que tivéssemos um conhecimento das configurações e dimensões das feiras, dos produtos comercializados, dos eventos culturais realizados, da quantidade e características dos frequentadores. Ou seja, foi um primeiro momento de reconhecimento das formas de sociabilidade que pretendíamos estudar.

A partir desse primeiro contato, constatando a grande concentração e movimentação de pessoas e a pressa dos frequentadores, decidimos elaborar um **QUESTIONÁRIO** reduzido. Mantivemos as idéias básicas dos questionários aplicados nos outros sub-projetos.

Assim sendo, foi realizada a coleta num total de 220 questionários aplicados: 60 na Feira da Lua, 120 na Feira Hippie e 40 na Feira do Sol, seguindo-se o tratamento e a análise desse material.

Com base no material coletado com os questionários, realizamos o roteiro das **ENTREVISTAS DE PROFUNDIDADE**, as quais constituíram a nossa base de dados qualitativos. Realizamos 2 entrevistas na Feira da Lua, 1 na Feira Hippie e 1 na Feira do Sol, que foram transcritas e analisadas.

Posteriormente, classificamos os principais aspectos das visões de mundo dos entrevistados no diagrama grid/group, proposto pela antropóloga Mary Douglas e utilizado por Celia Bloor e David Bloor, na pesquisa com cientistas industriais, cujo relatório redunou no texto *Twenty industrial scientists: a preliminary exercise* (1982).

## RESULTADOS QUANTITATIVOS

Como o público das feiras é enorme e diferente em todos os finais de semana, a delimitação do universo é algo impossível de ser realizado. Então, as entrevistas foram induzidas, não surgindo de uma amostra aleatória. Assim sendo, as inferências estatísticas se referem somente aos frequentadores de feiras entrevistados.

**1. SEXO:** o público feminino é superior nas três feiras estudadas. Na Feira da Lua, este público soma 80% dos entrevistados, na Feira Hippie, 72,5% e na Feira do Sol, 60,0%.

**2. IDADE:** na Feira da Lua e na Feira Hippie, predomina o público com mais de 40 anos. Na Feira do Sol, durante o período da tarde, as famílias (pais com filhos pequenos) predominam. Já do final da tarde até à noite, o público jovem é maioria.

**3. ESCOLARIDADE:** na Feira da Lua e na Feira do Sol, as frequências se concentraram a partir do 2º grau completo: 80% e 67,5%, respectivamente. Já na Feira Hippie, 31,4% se encontram na faixa de 1º grau incompleto.

**4. RESIDÊNCIA:** tanto na Feira da Lua como na Feira do Sol, 94,9% e 97,5%, respectivamente, habitam em Goiânia ou no entorno. Já a Feira Hippie é uma feira regional, já que 44,2% moram em outras cidades ou Regiões.

**5. CLASSE SOCIAL:** na Feira da Lua e na Feira do Sol, os entrevistados estão distribuídos em todas as categorias sociais. Já na Feira Hippie, 76,1% deles moram em bairros de classe *C ou inferior*.

## Resultados

**6. ATIVIDADES NA FEIRA:** na Feira da Lua, 90,0% vão fazer compras e na Feira Hippie, 92,5%. Na Feira do Sol, 62,5% utilizam a feira para diversão dos filhos e 52,5% visitam a feira para encontrar amigos.

**7. TRÂNSITO ENTRE AS FEIRAS:** na Feira da Lua, 40,0% frequentam também as outras feiras. Na Feira do Sol, 70,0% frequentam a Feira da Lua e 5,0% a Feira Hippie. E na Feira Hippie, 27,0% frequentam a Feira da Lua e 6,0% a Feira do Sol.

## RESULTADOS QUALITATIVOS

Não há elementos nas entrevistas que possam ser classificados no quadro B (*high grid*), daí, porque fizemos constar apenas as variáveis sem nenhum tratamento descritivo-analítico, o que mostra que não há, a rigor, uma visão completamente identificada com a modernidade.

Também não há como fazer um enquadramento de cada uma das entrevistas nos quadros que compõem o diagrama. Mas *grosso modo* a visão de mundo do entrevistado 1, frequentador das três feiras, corresponde à visão do quadro C. A visão de mundo da entrevistada 2 (Feira Hippie) se encaixa no quadro D e a da entrevistada 3 (Feira do Sol) se insere no quadro A. Já a visão da entrevistada 4 (Feira da Lua), na medida em que é marcada por uma orientação personalista e individualista poderia ser enquadrada no quadro A. No entanto, o forte acento que dá à experiência familiar, parece mais coerente classificá-la como *high group*. Essa idéia é reforçada pela sua vinculação à astrologia, que, sem dúvida, vem acentuar essa perspectiva.

## Conclusão

Devido ao pouco número de pessoas que se disponibilizaram a conceder as entrevistas, não foi possível perceber claramente quais seriam as características centrais da visão de mundo de um típico frequentador de feiras de arte e alimentação.

Mesmo com essa dificuldade, classificamos as entrevistas no diagrama grid/group. Houve a tentativa de esquematizar as características principais dos quadros do diagrama, para que eventuais novas entrevistas possam ser classificadas com base nesses critérios.

Dessa forma, a entrevista E.1 foi classificada no **QUADRO C**, pelo alto grau de elementos que acentuam ora a dimensão *group* ora a dimensão *grid*. Se de um lado, a visão que o entrevistado tem das feiras como expressão da cultura popular (*folkgeist*), o caráter holista da visão de mundo, a concepção das diferenças como classes e o tipo de participação social fortemente associativa e sindical configuram a dimensão *group*; de outro, a visão cosmopolita, científica e, parcialmente, leiga ilustra a dimensão *grid*.

Inserimos, no **QUADRO A**, a entrevista E.3, pois os elementos que caracterizam a visão de mundo da entrevistada apresentam uma certa inconsistência que dificultam a sua classificação como *grid* ou *group* de forma exclusiva. Se considerarmos o item 1, a visão das feiras, avaliamos que, embora haja a tendência a vê-las como espaço de encontro social da geração a qual ela pertence, esses encontros não redundam numa experiência duradoura. Esta visão combinada com o tipo de participação social, onde se

misturam elementos tradicionais e modernos, permitem que afirmemos que se trata de uma concepção *low group*. Os demais itens sugerem, em contrapartida, uma concepção *low grid* pelas razões que apontaremos a seguir. A amplitude da visão de mundo não pode ser rigorosamente enquadrada como cosmopolita, ainda que esteja próxima disso. A natureza da visão de mundo que qualificamos como científica, leiga (apenas nas dimensões objetivas) e individualista é seguramente parcial.

A classificação das entrevistas E.2 e também E.4 no **QUADRO D** deve-se às características de *group* presentes tanto no tipo de participação social, onde predominam as formas tradicionais de participação (convivência familiar e atividades religiosas), quanto na visão que tem das diferenças sociais. Nesse aspecto, é preciso sublinhar que a classificação do universo da Feira Hippie em termos de pessoas conhecidas e desconhecidas repete formas de classificação observadas em sociedades simples e tradicionais, há muito consagradas na literatura sociológica e antropológica que aborda a questão na perspectiva de eu/outro, ou ainda, de compatriota/estrangeiro.

As demais variáveis analisadas: visão de mundo local, naturalista, religiosa e holista, qualificada aqui como sendo de caráter conservador, dão tal homogeneidade aos elementos dessas entrevistas, de tal forma a não termos dúvida quanto ao enquadramento desta visão como *high group/low grid*.